

## СТАН ВИРОБНИЦТВА І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

**Фоміна Н.О., гр. ТТз-19**

Наукові керівники: канд. техн. наук, доц. **В.В. Полупан**,  
д-р техн. наук, проф. **М.П. Головка**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Світовий ринок парфумерно-косметичних товарів є достатньо насиченим. Косметична продукція є повсякденною необхідністю кожної цивілізованої людини. Незважаючи на величезне різноманіття товарів, споживач ретельно підбирає ті, котрі найкраще відповідають йому у фізіологічному та психологічному аспектах.

Проаналізувавши технології створення рецептури різних косметичних засобів за працями відомих спеціалістів косметичної галузі, зроблено однозначний висновок, що з усього комплексу чинників, які формують кінцеву якість, з точки зору споживача, одним з найважливіших, є планування та розробка компонентного вмісту продукції. Кількість практичних інновацій у галузі косметики стрімко зростає. Однак, разом з цим прогресом, збільшується занепокоєння щодо безпеки матеріалів для здоров'я людини і довкілля. Оскільки в Україні не створено потрібної науково аргументованої нормативно-технічної бази щодо відповідної продукції в косметичній галузі, то стає актуальне питання дослідження виробництва косметики у вітчизняній промисловості для гарантування належного рівня захисту прав споживачів.

Зазначимо, що більшість користувачів надають перевагу натуральній, екологічно чистій косметичній продукції, асортимент якої постійно розширюється паралельно з виробництвом на основі штучних сполук. Проте в косметичній індустрії словом «натуральний» можна назвати все, що забажає виробник, і переважно це маркетинговий хід, що не гарантує якість. Виробники акцентують увагу на позитивній дії того чи іншого рослинного компонента, приховуючи, що складає активну основу косметичного засобу. З огляду на це, вивчене питання забезпечення якості органічної косметики на державному рівні.

У цілому український ринок парфумерно-косметичних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших непродовольчих товарів. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головні завдання складаються з покращення якості і розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності.